



经济学系列

公司伦理 与企业文化

叶陈刚 ■ 编著

复旦大学出版社





经济学系列

公司伦理 与企业文化

叶陈刚 ■ 编著

復旦大學 出版社

图书在版编目(CIP)数据

公司伦理与企业文化/叶陈刚编著. —上海:复旦大学出版社, 2007. 3
(复旦博学·经济学系列)
ISBN 978-7-309-05381-4

I. 公… II. 叶… III. ①公司-商业道德②企业文化 IV. F718 F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 013914 号

公司伦理与企业文化

叶陈刚 编著

出版发行 复旦大学出版社 上海市国权路 579 号 邮编 200433
86-21-65642857(门市零售)
86-21-65118853(团体订购) 86-21-65109143(外埠邮购)
fupnet@fudanpress.com <http://www.fudanpress.com>

责任编辑 罗翔

总编辑 高若海

出品人 贺圣遂

印刷 上海华文印刷厂

开本 787×960 1/16

印张 23.75 插页 2

字数 465 千

版次 2007 年 3 月第一版第一次印刷

印数 1—4 100

书号 ISBN 978-7-309-05381-4/F·1227

定价 35.00 元

如有印装质量问题, 请向复旦大学出版社发行部调换。

版权所有 侵权必究

“博学而笃志，切问而近思。”

(《论语》)

博晓古今，可立一家之说；
学贯中西，或成经国之才。

作者简介

叶陈刚，湖北蕲春人，管理学博士，工商管理博士后，会计学教授，博士生导师，现为对外经济贸易大学公司伦理与治理研究中心主任、现代会计与审计研究所所长，兼任中国会计学会理事、中国总会计师协会理事，曾为国家会计学院高级访问学者、香港大学访问学者，湖北长江会计师事务所所长、主任会计师、注册税务师、注册评估师。出版专著和译著，主编丛书、工具书及教材等30余部，主持或参与主持国家自然科学基金等国家级、省部级与全国性专业学会、协会等科研课题12项，在《经济日报》、《管理科学》、《会计研究》、《审计研究》、《南开管理评论》、《经济评论》、《中国注册会计师》和 *USA-China Business Review* 等相关期刊发表中英文论文150多篇。

前言

道德是调整人与人、人与社会之间关系的行為规范的总和,是一定社会经济、政治、文化的客观反映。道德与法律同属于社会上层建筑范畴,都是规范和调节人们行为的重要手段,对加速国民经济发展和社會进步具有同等的不可替代的重要作用。我国社会主义革命、建设和改革的实践充分证明了这一点。在新的历史条件下,越是深化改革,越是扩大开放,越是发展社会主义市场经济,就越要重视和加强社会主义道德建设与社会主义法制建设。过去我们一直强调“依法治国”,现在“以德治国”方针的提出,明确要求我们应从全局和战略的高度,全面充分认识实行以德治国基本方略的重要性,紧迫性和长期性,切实加强道德建设,加强精神文明建设,努力提高公民的道德素质,为建设有中国特色的社会主义提供强大的精神动力、有力的思想保证和良好道德的环境。

2006年3月4日胡锦涛同志提出的以“八荣八耻”为主要内容的社会主义荣辱观,全面阐述了树立正确价值观的具体要求,适应了我国经济社会发展的客观需要,体现了社会主义道德规范的本质要求,对于明确是非、善恶、美丑界限,推动形成良好社会风气,增强思想道德建设的针对性、实效性,发展社会主义市场经济,繁荣社会主义文化,提高中华民族的整体素质,进而不断开创中国特色社会主义事业新局面,实现中华民族的伟大复兴,具有重要而又深远的意义。

我们看到,“仁义礼智信,信内求财;温良恭俭让,让中取利”的儒家伦理道德文化思想与理念,使我们炎黄子孙沐浴在中华民族礼仪之邦的灿烂阳光之中,并在建立与健全现代企业制度,完善公司治理与企业文化,推动市场经济发展,建设社会主义和谐社会进程中发挥积极作用。

一、伦理道德是市场经济和公司发展的基石

早在18世纪,以《国富论》闻名天下的英国经济学代表人物亚当·斯密,在其倾注了一生大部分心血的《道德情操论》名著中就向世人强调:人在追求自身物质利益的同时要受道德观念的约束,不可伤害他人,而要帮助他人,人既要“利己”也要“利他”,道德与正义对于社会乃至于市场经济的运行至关重要^①。19世纪西方思想家傅立叶明确指出,伦理协作是普遍的完善,在经营制度上有极其光辉的一面;他把物质

^① [英] 亚当·斯密:《道德情操论》,华夏出版社2005年版。

利益与情感的平衡视为善与美、有益与愉快的关系^①。西方国家数百年市场经济发展历史表明：企业伦理道德对市场经济的健康运行具有重要意义。因为诚信与道德是市场经济和企业发展的基石。企业违反诚信规则无异于饮鸩止渴，不仅毁了自己，还会危害社会。

从现实情况看，近年来国内外资本市场面临“诚信危机”，严重陷入“信用沼泽”。从中国证券市场先后发生的深原野、琼民源、鄂猴王、郑百文、银广夏、黎明股份、大庆联谊、麦科特与张家界等上市公司造假曝光事件及中天勤会计公司倒闭案、德隆系列、中航油等案件，到国外的美国安然(Enron)公司假账案、世界通讯(Worldcom)公司最大破产案、施乐(Xerox)公司财务欺诈案与安达信(Arthur Anderson)审计丑闻案及有失诚信导致瓦解倒台，到法国维旺迪集团公司财务危机案与韩国最大企业集团SK集团会计假账案，再到荷兰阿霍尔德丑闻案与意大利掀起轩然大波的帕玛拉特(Parmalat)公司金融诈骗案，一个个公司造假事件被揭穿，一串串触目惊心的会计假账证实着以上的真理。上述大案要案对中外资本证券市场和国内外投资者造成极大伤害，给世界各国和广大股民造成数额重大的经济损失和难以估量的精神损失，也给会计审计行业和CPA自身招致巨大灾难。那些涉案的上市公司及其高级管理层、会计审计当事人及其会计公司必然要面临法律的严厉制裁，涉案的“证券公司、资信评级组织、律师事务所、大众媒体、政府监管和民间自律组织都难辞其咎。政府宏观经济调控部门更应深刻反省”^②。

到底是什么原因致使将中外公司巨子造假成风与欺诈盛行呢？美国经济学家赛斯拉·布克认为，从上世纪九十年代以来，美国大公司的高管人员薪酬暴涨，过去的15年间，大企业CEO平均年工资增幅为866%，而同期工人平均年工资增幅为63%。许多公司管理者唯恐失去既得利益，接受并采用“无商不奸”的本质与做法，放弃企业经营中最核心的诚信根基，不择手法编造企业公司业绩。布克明确指出，我们要像保护无时无刻要呼吸的空气和每天要喝的水一样保护我们今日社会中无处不在的企业诚信道德。当企业诚信道德受到彻底的损害之后，犹如一个人患上了不治之症的癌症一样，这个社会也完了，没治了。曾经担任国际会计师联合会(1FAC)总干事的John Gruner在谈到会计道德准则的制定时认为，职业道德准则是支撑其他会计和审计准则的基础，而且它是进化的，一个职业道德准则在一定时期反映了一个社会的法律、经济、政治以及文化方面规范。随着规范、价值观以及环境的改变，道德准则也必然会改变。人们谴责着上市公司缺乏公司治理和内部控制、会计和审计准则的不足、无效的企业模式以及会计师和审计师自身的问题等等，这些问题最终的罪魁祸首正

① 宋希仁：《西方伦理思想史》，中国人民大学出版社2004年版，第475—486页。

② 葛家澍：《上市公司财务舞弊案剖析丛书》，中国财政经济出版社2003年版。

是职业道德的沦丧。美国乔治敦大学企业道德系主任乔治·布伦凯特介绍说,近若干年来,美国很多大学的商学院给学生灌输的思路是:只要是为了大量赚钱,可以不择手段、不计代价、不讲方式,在物质利益的驱动下也不必顾虑任何社会责任和任何诚信道德规范。连续不断的公司造假案不能不引起中外大学的商学院(含管理学院)对教学思想的全面反思,应该在狠抓专业技能教育的同时,高度重视商务管理的诚信道德教育,并把企业道德教育放在首位,正如人们所说的“做事先做人,做人讲道义”,因此加强公司伦理与企业文化教育,尤为重要,且十分迫切。

二、中西方企业迎来了一个伟大的伦理道德时代

在当今世界,经济、管理、法律、商务界崇尚伦理道德,已经成为一种新的全球性发展趋势。西方企业、教育机构及政府高举伦理道德旗帜,成为西方经济社会活动的一道亮丽景观。中西方现代企业迎来了一个伟大的伦理道德时代。在英美及西欧、日本的较多先进企业内部逐步建立起严格的伦理制度和监管机制。主要表现这些优秀企业的职能、地位、作用向伦理与文化方向转移,企业战略、决策与道德融合,企业整体、企业高层、企业员工在企业实践活动中强烈感受到伦理道德的渗透、感召力和丰厚的社会回报。优秀企业伦理道德的巨大力量以其“秩序与资源”的基本价值向这个时代充分展示出来,显示其勃勃生机。据有关权威机构对世界500强前100强企业的调查与研究,发现前100强中近90%的企业都非常重视管理道德,都有明确的伦理手册、伦理章程或管理伦理纲要,制定了成文的伦理准则来规范员工的行为。不少企业出现一种新型职位:伦理主管。国际企业界改变旧有偏见的经营观念,把企业目标定位在追求利润与推动社会良性循环的变迁上,使企业能够长久持续协调地生存下去,并且发展壮大。经营业绩一直不俗的强生、惠普、波音、IBM等,因成功运营公司伦理而受到广泛推崇。

1987年,美国SEC(证券交易委员会)前主席约翰·沙德成为社会公众的焦点人物,他捐赠2000万美元给哈佛商学院时,倡议设立“管理决策与伦理价值”这门课程。全美最佳10所商学院MBA的9门核心课程中,就有企业伦理学。现在,美国90%以上的商学院或管理学院以及欧洲的绝大多数大学,都开设了企业伦理学、管理及商务伦理道德、企业伦理与企业职业道德等方面的课程,重视企业伦理与企业道德教学成为世界各地商学院或管理学院MBA、MPAcc培养的一大特色。

可令人遗憾的是,虽然“君子爱财,取之有道”的经商理念被中国人传诵千百年,但我国绝大多数企业界对伦理道德仍未引起足够的重视。众多经营者只对管理实务尤其是经营谋略颇感兴趣,而仅仅把企业道德看作美德。从远古时代起源的《鬼谷子》到中华民国流行的《厚黑学》,几乎每个朝代的权谋韬略都被推崇备至。其目的只不过是为了用最简便、最快捷、最廉价的途径实现发家致富的梦想,完成“空手套白

狼”的目标。于是这类不讲道义、只要权术的书籍便应运而生、长盛不衰,成为中国图书市场上一道令人费解的奇异风景。

的确,中国谋略计策源远流长,博大精深,但绝非救世发达的灵丹妙药。相反,过于“偏食”而忽视伦理道德,谋略计策很可能成为“毒药”。君不见,当今假冒伪劣猖獗,失信赖账严重,欺诈行为泛滥正成为我国的一大公害,“许多贪污受贿、偷税漏税、挪用公款等经济违法犯罪活动,以及大量腐败现象,几乎都与财会人员做假账分不开。这已经成为严重危害市场经济秩序的一个‘毒瘤’”。不正是这种“偏食”造成的恶果么!近一两百年的中国市场经济为什么发展如此缓慢?中国绝大多数企业的生命周期为什么如此短暂?多则几十年,少则几年?为什么会如此缺少驰名世界的中国品牌?现在看来,过于“偏食”谋略计策而忽视企业伦理道德约束,或许是阻碍中国企业发展与壮大的致命伤。

时至今日,中国已经加入 WTO,这对中国的企业来说,既充满发展前进、融入经济全球化的机遇,同时也面临来自强大的国外优势企业的严峻挑战。在这种充满竞争、文化多元和信息密集的网络经济环境下,中国企业将不得不接受国际社会及世界各国更为严格的检验与监督。可以说,在公平开放的国际化竞争中,没有伦理道德约束的企业与公司难逃被淘汰的厄运,没有伦理道德自律的企业家将被剥夺参与竞争的资格而无地自容。

三、本书特点与主要内容

《公司伦理与企业文化》一书综合运用现代管理学、信息经济学、制度经济学、行为科学、系统论、博弈论和伦理学理论、思想与方法,体现实践调查研究与理论规范研究相统一、定量分析与定性论述相结合的风格,在查阅与研究中外大量文献资料的基础上,结合国内外社会经济生活中的实际情况和突出的公司伦理现象与企业文化活动,全面进行公司伦理与企业文化理论及其应用问题研究,提出了一系列独到新颖的观点,构建了公司伦理与企业文化理论及其应用体系。该书的撰写体现以下主要特点与创新。

1. 资料丰富、内容新颖

在充分占有材料的基础上,本书采用案例研究法,介绍了德诚信铸同仁堂金字招牌、海尔真诚何以到永远、“全聚德”烤鸭为何名满天下、TCL 集团跨越发展的不竭动力、台湾源恒伦理营销理念、摩托罗拉公司全球文化、本田启动绿色革命等成功案例与华人首富李嘉诚、立信会计的台柱子——著名会计专家顾准等楷模,列出我国证券市场上市公司十大造假案简表与美英中等国多家知名公司会计审计假账案例主要数据,解剖安然—安达信不诚信自毁前程、审计局长坠进黑色深渊之过程。本书论述市场经济中公司伦理道德原则理论,契约经济、道德契约和信用机制有关内容;从公司

道德行为的现实价值与公司失德行为的伦理思考两方面分析公司行业及其道德滑坡的表现——公司失德行为,展开公司内部管理道德规范、对外经营道德规范、公司道德范畴、公司道德机制介绍,并进行企业文化的内容架构、比较与借鉴、建设与创新、企业文化与社会和谐发展等方面的论述。

2. 联系实际、信息量大

为了使公司伦理与企业文化理论分析密切联系中国社会实践,本书设计了大量颇具代表性的调查问卷、调查表。由叶陈刚教授负责的南开大学公司治理研究中心专题调研组开展了一次关于“公司伦理道德状况”的问卷调查,通过18大问题72个答案的问卷调查报告分析,得到大量有益启示。叶陈刚博士在国家会计学院做高级访问学者期间,作为课题组负责人之一,设计参与全国性调研活动,取得216家总会计师关于会计职业道德的15大问题60个答案的问卷调查分析数据,从而掌握了大量的第一手资料,并进行富有成效的整理与分析。这是本书最大的特点。本书还大量引用了实例,极大地丰富了本书的阅读信息量,从而为本书的理论阐述提供大量佐证。

3. 结构合理、层次清楚

本书提出公司伦理与企业文化体系的两结构模式,前者论述公司伦理的重要意义、主要内容、任务与研究背景、公司伦理学研究的对象与研究方法、公司伦理的基本概念、分析了公司伦理道德原则与现实反思、公司内部管理道德规范、公司对外经营道德规范、公司会计道德规范、公司道德范畴的确立、公司道德机制构建;后者论述企业文化建设的重要意义、企业文化的内容、任务与研究背景、企业文化的构成、特征与功能,介绍企业文化的内容架构、企业文化的比较与借鉴、企业文化建设与创新、企业文化与社会和谐发展。

4. 理论与实践相结合

体系完备,关注学术性,更注重实用性和可操作性,便于应用;版式活泼,可读性强,既不搞理论说教,也不搞案例堆砌,期望尽可能做到使企业家或广大读者满意,为企业家或读者提供道德资本运作的对策建议或基本思路。

本书所讨论的问题涉及道德问题中最核心的部分。这些对于企业员工成为致命的道德困境问题,对于其他专业人员乃至一切从事经济与管理活动的人员来说也都可能是难以回避的迟早要面对的问题。希望本书能够使企业员工以及关注此事的人们进一步认识到伦理道德问题的深刻意义以及公司伦理与企业文化重建过程的长期性与艰巨性,并把人格信誉、行业自律和执业操守当作自己的生命一样永远珍惜。

本书由对外经济贸易大学公司伦理与治理研究中心主任、博士生导师、南开大学商学院工商管理博士后叶陈刚教授设计章节大纲,并修改定稿全书。本书的主要内容及具体执笔分工如下:第1章叶陈刚,第2章叶陈刚、杨娜,第3章叶陈刚、周亚东,

第4章叶陈刚,第5章叶陈刚、罗会强,第6章叶陈刚、王彬,第7章叶陈刚、李永乐,第8章叶陈刚,第9章杨娜,第10章吴永民,第11章吴永民、阎爱民,第12章孔慧平。在本书写作过程中,得到了我博士后合作导师、长江学者特聘教授、南开大学商学院院长、公司治理研究中心主任李维安教授的悉心指导;本书也参阅、使用了不少其他专家学者的文献资料;本书的出版得到复旦大学出版社罗翔老师的直接帮助,在此一并表示真诚的感谢。

由于本书选题属于现代管理学科前沿领域,可供借鉴与参考资料有限,撰写难度较大。加之撰写本书时间较紧,任务繁重,工作量大,书中难免不妥疏漏之处,敬请读者批评指正。

叶陈刚

2006年12月2日于北京惠园

目 录

第一章 绪 论	1
第一节 公司伦理与企业文化建设的重要意义	2
一、道德与文化伴随着社会经济关系而变化	2
二、公司伦理与企业文化建设的重要性	6
三、公司伦理与企业文化建设的客观必然性	11
第二节 公司伦理与企业文化的内容、任务与研究背景	12
一、公司伦理的研究内容	14
二、公司伦理的任务	15
三、企业文化的内容要素与目标	17
四、本书的分析背景与应用需求	18
第三节 研究公司道德的新学科：公司伦理学	18
一、公司伦理学研究的对象：公司道德	19
二、公司伦理学的研究方法	22
[案例分析] 华人首富李嘉诚：超人、诚商、善人之道	26
[本章小结]	29
[本章关键词]	30
[复习思考题]	30
第二章 公司伦理与企业文化的基本概念	31
第一节 道德与文化的涵义及其发展	31
一、道德的本质及其特点	31
二、道德的起源与历史发展	34
三、文化的涵义及其发展	36
四、社会公德的基本要求	39
第二节 职业道德特点与社会功能	40
一、职业道德的涵义及其特点	40
二、职业道德的历史发展和社会功能	42
三、社会主义职业道德的特点及核心	44
第三节 公司伦理道德特征与职能	47

一、公司伦理道德的特征	47
二、公司伦理道德的职能与作用	49
第四节 企业文化的构成、特征与功能	53
一、企业文化的内涵与结构	53
二、企业文化的特征	55
三、企业的功能	56
[案例分析] 海尔:真诚何以到永远?	59
[本章小结]	61
[本章关键词]	62
[复习思考题]	62
第三章 公司伦理道德原则与现实反思	63
第一节 公司伦理道德原则	63
一、公司推行集体主义原则	63
二、恪守诚实守信原则	67
三、坚持义利统一原则	70
四、兼顾公平与效率原则	72
第二节 契约经济、道德契约与信用机制	76
一、道德契约的规范性要求	77
二、信用机制与有序竞争	78
三、市场经济中信用机制的调节器	78
第三节 公司道德行为的现实价值	79
一、人类社会发展客观要求公司行为必须合乎道德规范	79
二、公司道德行为存在于市场经济体系的发展过程之中	82
三、公司道德行为是提高管理水平与产品质量,提升公司形象的关键	83
四、公司道德行为是锤炼公司自身创新精神与竞争优势的永恒动力	84
五、公司道德治理是公司治理的最基本层次	85
第四节 公司失德行为的伦理思考	87
一、利益驱动与“道德滑坡”	87
二、公司失德行为的理性分析:职业道德的沦丧	88
第五节 公司伦理道德问卷调查与反思	90
一、样本设计及调查研究的对象与区域	90
二、我国公司伦理道德状况问卷调查与统计分析	91
三、关于加强公司伦理道德建设的对策建议	94

[案例分析] 德诚信:铸同仁堂金字招牌	96
[本章小结]	97
[本章关键词]	98
[复习思考题]	98
第四章 公司内部管理道德规范	99
第一节 公司与股东的道德规范	100
一、公司与股东的形式及组成	100
二、公司与股东的内在利益关系	103
三、股东与管理者之间的道德规范:委托经营,信息对称	105
四、股东和利益相关者之间的伦理道德规范	108
第二节 董事会与监事会的道德责任	109
一、董事会的道德义务与独立董事的道德责任	110
二、监事会的组成、职权与道德责任	113
第三节 公司经理层的道德规范要求	117
一、依法为民经营:公司经理层的经营方向	118
二、廉洁奉公:公司经理层之行为准绳	119
三、服务社会,追求卓越	122
第四节 公司与员工的道德规范约束	124
一、公司伦理是塑造公司员工良好素质的关键	124
二、公司与员工的权利和责任	125
三、公司与员工之间的道德规范	127
[案例分析] 安然—安达信不诚信自毁前程	133
[本章小结]	135
[本章关键词]	135
[复习思考题]	135
第五章 公司对外经营道德规范	136
第一节 公司社会责任与道德责任	137
一、公司社会责任与道德责任概念	138
二、公司管理道德与社会责任	142
三、公司的社会道德责任标准	145
四、公司社会责任的对象与模式	147
五、公司社会责任的本质内容:道德责任	149

第二节 公司与购销客户的道德规范	152
一、公司与购销客户的权利和责任	153
二、产品及其质量的伦理问题	153
三、商品定价中的伦理问题	155
四、促销中的伦理问题	156
五、服务中的格式合同伦理问题	158
第三节 公司与竞争者:互惠互利 实现双赢	160
一、公司竞争与道德约束	160
二、市场竞争中的伦理问题	163
三、信息竞争中的伦理问题	165
[案例分析] 台湾源恒工业公司:伦理营销理念	167
[本章小结]	168
[本章关键词]	168
[复习思考题]	169
第六章 公司会计道德规范	170
第一节 市场经济对公司会计道德的影响	170
一、提高会计人员主人翁意识,激发奋发向上的工作作风	170
二、促进会计人员自由平等发展,消除行业不正之风	171
三、打破会计行业任人唯亲观念,形成举贤尚能新风尚	172
四、市场经济发展引起会计工作生活发生变化	173
第二节 会计工作的社会道德理念	173
一、重视会计职业,提高会计地位	173
二、尊重会计人员,配合会计工作	176
三、利用会计信息,做好经营决策	177
四、遵守会计法规,强化会计责任	179
第三节 公司总会计师问卷调查分析与思考	186
一、样本设计与调查问卷说明	186
二、问卷回答与会计职业道德的思考	187
第四节 会计职业道德规范要求	196
[案例分析] 立信会计的台柱子——著名会计专家顾准早年执业生涯	205
[本章小结]	207
[本章关键词]	207

[复习思考题]	208
第七章 公司道德范畴的确立	209
第一节 履行公司道德义务	209
一、道德义务概念与政治及法律义务的关系	209
二、公司道德义务的重要功能	210
三、履行公司道德义务的内容要求	211
第二节 培育公司道德良心	212
一、培育公司道德良心的内容要求	213
二、公司道德良心的实践功能	213
第三节 珍惜公司道德荣誉	214
一、公司道德荣誉的涵义、内容与形式	214
二、公司道德荣誉发挥着鼓励和社会评价作用	216
三、集体公司道德荣誉和个人公司道德荣誉的关系	217
第四节 坚守公司道德节操	218
一、公司道德节操的表现形式与重要作用	218
二、公司道德节操的培养	219
第五节 锤炼与发展公司道德品质	220
一、公司道德品质的定义与特点	220
二、公司道德品质的形成和发展	221
[案例分析] 赤诚燃续百年炉火:“全聚德”烤鸭名满天下	223
[本章小结]	224
[本章关键词]	224
[复习思考题]	224
第八章 公司道德机制构建	225
第一节 道德自律与他律概念及关系的辨析	225
一、康德的自律观点与黑格尔的他律见解	225
二、马克思和恩格斯的自律与他律道德观	226
三、公司道德自律与他律的辩证关系	227
四、公司伦理的平衡:需要他律机制与自律机制	228
第二节 公司道德自律机制	229
一、职业道德自律的涵义	229
二、公司道德自律及其表现形式	229